

## Tribuna “¿Adónde nos lleva la economía colaborativa?”

# El sistema legislativo español tiene carencias para regular las actividades de economía colaborativa

**Mar Alarcón Batlle (Socialcar.com), Justine Cattacin (¡La Colmena que dice Sí!), Jonàs Sala (Verkami) y Jean-Noel Saunier (MyTwinPlace) coinciden en que la transparencia, calidad y seguridad garantizada son las claves del éxito de este tipo de compañías**

**Madrid, 30 de septiembre de 2016** – A diferencia de Francia, donde existe un gran avance en este sentido, el sistema legislativo español y, sobre todo, el fiscal carecen de flexibilidad y no están

preparados para regular las actividades vinculadas a las empresas de economía colaborativa. Esa es una de las conclusiones a las que se llegó ayer en la Tribuna “¿Adónde nos lleva la economía colaborativa?”, organizada por Diálogo y celebrada en la sede de la Delegación General Mediterránea de Saint-Gobain ubicada en Madrid. En el encuentro participaron **Mar Alarcón Batlle**, Fundadora y CEO de Socialcar.com; **Justine Cattacin**, Responsable de ¡La Colmena que dice Sí!;



*Justine Cattacin, Jean-Noel Saunier, Mar Alarcón Batlle, Luis Tamayo y Jonàs Sala.*

**Jonàs Sala**, Cofundador de Verkami, y **Jean-Noel Saunier**, CEO y Cofundador de MyTwinPlace. **Luis Tamayo**, Conector de Ouishare, fue el encargado de moderar el encuentro, que estuvo patrocinado por Saint-Gobain, miembro del Patronato de Honor de Diálogo, en colaboración con Europ Assistance.

A pesar de esta falta de adaptación a la situación actual, lo cierto es que las empresas basadas en la economía colaborativa cumplen con la legalidad vigente y tienen los mismos derechos y obligaciones que cualquier otro tipo de compañía.

“Es fácil cumplir con la normativa existente, pero ésta es muy pesada de gestionar por parte del usuario. La innovación le lleva diez años de ventaja a la regulación. Ajustar los ritmos es casi imposible”, afirmó **Mar Alarcón**. La dificultad en la legislación se debe, entre otros aspectos, a que cada sector es muy diferente y a que estamos ante fenómenos globales, tal y como apuntó **Luis Tamayo**.

### **Claves del éxito**

Al margen de lo anterior, ¿cuáles son las claves del éxito de este modelo de negocio que democratiza los servicios y permite a los particulares explotar sus activos o habilidades? Por un lado, cabe destacar la reflexión que ha propiciado la crisis económica, en la que se ha adquirido una conciencia de que se consume excesivamente. Otro punto es el desarrollo tecnológico que facilita el contacto entre diferentes usuarios que tienen algo que ofrecer o que buscan satisfacer alguna necesidad.

La transparencia, la calidad, la confianza y las relaciones personales son otros aspectos a tener en cuenta para entender el éxito de la economía colaborativa. “Las plataformas no solo somos intermediarios. Aportamos seguridad, estamos encima de los proyectos, respondemos, atendemos las incidencias... Se valora mucho la proximidad y la posibilidad de vivir una experiencia diferente”, destacó **Jonàs Sala**.

Sobre esta idea, **Justine Cattacin** añadió: “El consumidor busca una manera de comprar diferente. Está un poco harto de comprar sin saber de dónde vienen los productos y reclama más transparencia y calidad. Gracias a este tipo de empresas puede conocer directamente al productor y crear una relación directa con él”.

Esa confianza es resultado de la claridad que se mantiene durante todo el proceso. Los ponentes apuntaron hacia lo importante que es escuchar y mantener una comunicación fluida con los usuarios, ofreciendo siempre una garantía que haga crecer su seguridad. “Aunque estamos en Internet, al final todos queremos hablar con personas. Por ello es fundamental contar con un buen equipo que atienda personalmente las peticiones recibidas y ayude a los usuarios en todo lo que necesiten. Así se genera una confianza con la propia plataforma”, dijo **Jean-Noel Saunier**.



*Los ponentes durante la Tribuna “¿Adónde nos lleva la economía colaborativa?”.*

### **Economía colaborativa, ¿solo para millennials?**

En torno a la economía colaborativa existe el mito de que solo tiene éxito entre los millennials, un tópico que los ponentes coincidieron en rechazar. El perfil de usuarios asiduos a este tipo de empresas es muy diverso y depende en gran medida de cada sector. Hombres, mujeres, solteros, parejas, familias, jubilados... Los perfiles son muy variados, aunque el nexo de unión entre la mayoría de ellos es el uso habitual de Internet.

Por último, en lo que respecta al modelo de negocio, la forma en que estas empresas obtienen beneficios depende también del sector y de la actividad a la que se dediquen. Algunos ejemplos

serían la obtención de un porcentaje de proyectos que cumplen con los objetivos marcados o comisiones por alquileres.

### **Sobre Diálogo**

Desde 1983, Diálogo tiene por objetivo contribuir al mejor conocimiento de las realidades de Francia y España y enriquecer la relación entre ambos países. La Asociación promueve actividades de carácter empresarial, cultural, social y formativo, y ayuda a jóvenes estudiantes a tener una primera experiencia en el mundo de la empresa.

Diálogo tiene como Presidentes de Honor a su Majestad el Rey de España y al Presidente de la República Francesa. Su Patronato de Honor está formado por empresas francesas en España y españolas con intereses en Francia. La Junta Directiva de Diálogo, integrada por personalidades del mundo político, económico y social, está presidida por José María Segovia.

### **Sobre Saint-Gobain**

Presente en 66 países, Saint-Gobain es una de las 100 mayores industrias y una de las 100 compañías más innovadoras del mundo\* por 5º año consecutivo. Referencia mundial de Hábitat Sostenible, Saint-Gobain forma parte del Índice Dow Jones de Sostenibilidad 2016 a nivel mundial.

Con más de 350 años de historia en el mundo, Saint-Gobain desarrolla, fabrica y comercializa materiales, productos y soluciones que forman parte de nuestro bienestar, del futuro de todos y están muy presentes en nuestra vida diaria: en construcciones, transportes e infraestructuras y en numerosas aplicaciones en la industria. Bajo marcas que son sinónimo de innovación y de calidad como Climalit Plus, Isover, Pam, Placo, Weber, La Plataforma, Sekurit o Norton, las soluciones de Saint-Gobain nos proporcionan confort y responden a los retos de la construcción sostenible, de la eficiencia de recursos y del cambio climático. Con más de 170.000 empleados, el grupo alcanzó una facturación conjunta de 39.600 millones de euros en 2015.